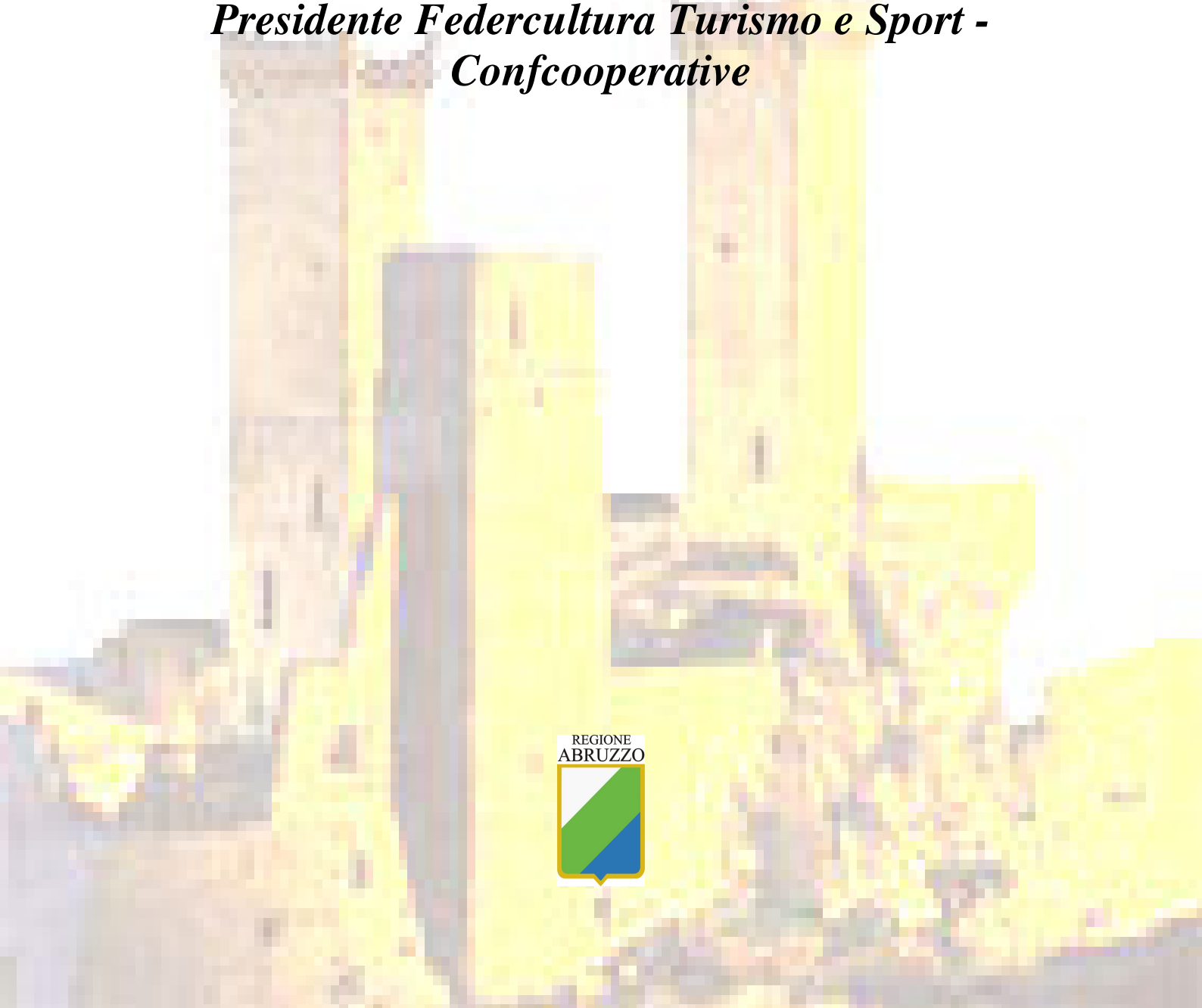
IL TURISMO TARGATO ITALIA

III Conferenza Italiana per il Turismo

30 settembre – 1 ottobre 2006
Montesilvano - Pescara

Intervento del Dott. Lanfranco Massari Presidente Federcultura Turismo e Sport - Confcooperative



REGIONE ABRUZZO

III CONFERENZA ITALIANA PER IL TURISMO

30 settembre – 1 ottobre 2006

Montesilvano-Pescara

Relatore:

Lanfranco Massari – Presidente Federcultura Turismo Sport - Confcooperative

Buonasera, ringrazio e saluto tutti voi, anche a nome del Presidente della Confcooperative, Luigi Marino, per questa opportunità che ci consente di riflettere sul turismo italiano.

Siamo lieti di constatare che finalmente il turismo riceve dal Governo e dalle altre Istituzioni Pubbliche l'attenzione che merita quale settore strategico e trainante dell'economia italiana.

È un buon segnale, ci auspichiamo che il percorso appena iniziato dia frutti concreti.

L'impegno riguarda naturalmente tanto il settore pubblico quanto quello privato, una parte del quale è rappresentato dalle imprese cooperative sono qui oggi a rappresentare.

Il quadro di partenza non è dei più felici, siamo tutti consapevoli che l'Italia ha perso molto negli ultimi anni in termini di competitività, né una condizione salutare per le imprese come quella che stiamo vivendo, può farci dimenticare i nodi strutturali che frenano il turismo.

Siamo a bordo di una fuoriserie, ma viaggiamo all'andatura di un'utilitaria, non possiamo e non dobbiamo accontentarci.

Non occorre ripercorrere qui i dati statistici del settore o ricordare come in pochi anni l'Italia sia scivolata al quarto, quinto posto per presenze di turisti stranieri, occorre domandarsi perché: perché non c'è corrispondenza tra quanto il turismo italiano potrebbe esprimere e quanto di fatto riesce a rappresentare per il paese in termini di ricchezza.

Le risposte sono più di una, e note sono le terapie individuate che occorre al più presto applicare.

Rimangono tre criticità strutturali che condizionano il sistema turistico, per le quali occorre individuare le priorità strategiche per il rilancio.

Sono le nostre proposte per il patto di legislatura chiesto da Paolini.

La prima riguarda le caratteristiche strutturali del nostro sistema imprenditoriale, le ridottissime dimensioni medie delle imprese turistiche italiane che spesso sono microimprese, rendono sempre più difficile l'economia della gestione, l'innovazione, la competitività nel mercato globalizzato.

Le singole imprese da sole stentano a crescere e a competere.

Per tornare a svettare sul turismo internazionale, dobbiamo puntare anzitutto alla crescita competitiva delle nostre imprese e alla qualificazione del sistema di offerta.

È uno sforzo che spetta agli imprenditori, anzitutto, ma che richiede politiche pubbliche di sostegno.

Occorre un sistema d'incentivi, che favorisca la crescita dimensionale e i processi di innovazione organizzativa delle aziende mediante l'aggregazione imprenditoriale.

Il DPEF prima, e poi il Disegno di Legge Bersani che riguarda alcune categorie, vanno nella direzione giusta di un sostegno all'incremento dimensionale delle imprese, alla creazione di resi.

Occorre tuttavia che provvedimenti ed incentivi analoghi siano varati anche per il settore turistico.

Ci piacerebbe che fosse la legge Finanziaria che oggi il Parlamento è chiamato a discutere e ad

approvare, l'occasione di questa scelta.

Integrarsi, fare rete o sistema non sono slogan o frasi di moda, sono una necessità nel turismo, tante volte noi lo abbiamo richiamato.

La stessa legge 135/2001 riconosce questa necessità all'art. 5 disponendo la destinazione prioritaria del fondo di cofinanziamento dell'offerta turistica al sostegno di processi d'integrazione ed aggregazione tra imprese anche in forma cooperativa, ma purtroppo questa legge è rimasta inattuata sinora.

Non è un'idea astratta, lontana dalla realtà, è una pratica virtuosa sperimentata con successo dalla Cooperazione Italiana e di tanti paesi europei, mi riferisco alle imprese cooperative tra operatori turistici, le cui prime esperienze sono nate in Italia e da qui si sono diffuse.

La cooperazione, come forma d'integrazione tra piccole imprese e tra piccoli operatori turistici, consente di aggregare e mettere in rete aziende che possono competere non più solo singolarmente, ma come sistema.

Permette di coniugare la flessibilità e l'autonomia del piccolo imprenditore con la forza che deriva dal raggiungimento della massa critica che assicuri standard di offerta competitivi per qualità e prezzo.

Le esperienze cooperative o consortili non favoriscono solo la competitività degli associati o dei loro prodotti, ma promuovono la concorrenzialità dell'intero sistema territoriale sul quale operano.

Con uno slogan potremo dunque dire che occorre cooperare per competere, c'è la necessità di più cooperazione nel mercato turistico.

Un altro mezzo per sostenere le opportunità di crescita delle imprese italiane, e al tempo stesso per promuovere coesione sociale, è quello del sostegno della domanda turistica debole.

Auspichiamo che si possa correggere l'art. 10 della legge 135 e che venga rifinanziato il relativo fondo per fare decollare, finalmente anche in Italia, il sistema dei buoni vacanza, a cui noi siamo molto interessati.

Un secondo aspetto è la qualità del nostro prodotto, o dei prodotti turistici che fatichiamo ad innovare e a migliorare.

Noi tutti sappiamo bene che il prodotto turistico non è solo location, destinazione finale, ma è fatto di tanti ingredienti.

È il sistema dei servizi, delle infrastrutture, delle opportunità, dei vantaggi offerti al turista che conferisce al prodotto valore aggiunto.

Più questo sistema è integrato, più è efficiente e sa valorizzare le eccellenze, più aumenta la sua attrattività.

Non è sufficiente, anche se è ovviamente necessario, anzi, indispensabile, che gli operatori adeguino l'offerta al mutare della domanda, dobbiamo aumentare la nostra attrattività rendendo fruibile, ad esempio, il grande patrimonio culturale, artistico e naturalistico di cui disponiamo, che è il capitale naturale del paese, ma dobbiamo anche saper mettere a sistema, valorizzando ed investendo sulle eccellenze che possono far da traino all'intero sistema nazionale.

La promozione turistica delle tante marche locali di ciascuno dei mille campanili, è un lusso che non possiamo più permetterci, se non viene permeata da una promozione internazionale della marca Italia che dia un'immagine all'estero unitaria ed identificabile in modo chiaro e immediato, come ha detto il Vice Presidente Rutelli.

A riguardo facciamo anche noi i nostri migliori auguri all'ingegner Paolucci, Presidente Designato dell'Agenzia Nazionale del Turismo, a lui, e soprattutto al Governo ricordiamo che per la promozione

occorrono più risorse.

Dobbiamo migliorare la competitività del nostro prodotto con un maggior grado d'integrazione dei sistemi turistici locali, che sappiano esaltare le vocazioni turistiche del territorio, valorizzandone le risorse.

Sempre più la sfida della competizione economica infatti si gioca tra sistemi territoriali fortemente integrati.

La promozione ampia e convinta nelle diverse Regioni dei sistemi turistici locali introdotti dalla legge 135 può essere strumento utile a questa causa, siamo d'accordissimo con Paolini, gli SPL non sono un obiettivo, un fine, ma uno strumento.

Coerentemente, però, i nostri territori e i loro prodotti turistici vanno sostenuti, i loro sistemi turistici valorizzati attraverso il rifinanziamento della legge 135.

Infine non possiamo pensare di tornare ad essere competitivi nel turismo più che in altri comparti economici, senza adeguare la dotazione infrastrutturale obsoleta del paese e dei servizi connessi al turismo.

Le infrastrutture per la mobilità sono un presupposto essenziale per lo sviluppo, infrastrutture per ora più annunciate che realizzate.

I turisti, a casa nostra, debbono arrivarci possibilmente comodamente.

Anche qui dunque può venire in soccorso uno slogan, più sistema, più servizi infrastrutturali per qualificare le nostre destinazioni turistiche, per innovare i prodotti in termini di rapporto qualità/prezzo.

La terza ed ultima criticità per noi del turismo riguarda la sua governance, di cui abbiamo già sentito parlare tanto.

La riforma del Titolo V della Costituzione ha modificato nel 2001 la ripartizione delle competenze in materia, rispondendo ad un'esigenza delle Regioni e degli Enti Locali di maggiore sussidiarietà verticale tra Istituzioni.

L'esperienza di questi cinque anni ci porta ad affermare che la sussidiarietà da sola non basta, specie poi se è una sussidiarietà di tipo verticale e non anche orizzontale, che riguardi il rapporto nei confronti della società civile delle imprese private.

Nel turismo c'è bisogno di più governance coesa, e c'è bisogno che tale governance attui politiche attive di sviluppo che il settore non ha mai avuto.

La coesione tra i diversi livelli istituzionali è fondamentale, per fare recuperare all'Italia il terreno perduto.

Come operatori privati alle Istituzioni Pubbliche non possiamo che chiedere di fare, a loro volta, sistema, di fare squadra, abbandonando definitivamente la logica del ciascuno per sé o della contrapposizione.

Questa conferenza ci sembra un buon passo avanti, in questa direzione.

Ma non sono solo le Istituzioni a dover fare squadra, il turismo italiano ha bisogno più che mai della partecipazione di tutte le sue componenti, e la cooperazione è una componente importante.

Questo è il momento di rinserrare le fila di tutte le forze produttive per ridare slancio all'industria turistica del paese.

A questo Governo chiediamo allora di imboccare la strada della concertazione, con tutte le parti dell'imprenditoria turistica, compresa quella cooperativa.

Ma la stessa richiesta la indirizziamo a tutte le Regioni, compresa quella che ci ospita, con le quali non sempre c'è questo dialogo e questo rapporto, e ai loro organismi di coordinamento.

La cooperazione svolge un ruolo essenziale di sviluppo nell'economia e per la coesione sociale del paese, sono i dati a dimostrarlo, ciò va riconosciuto pienamente anche attraverso la partecipazione agli

organi di indirizzo strategico delle politiche di settore da cui ora è esclusa.

La cooperazione vuol fare la sua parte e si candida ad un ruolo centrale nell'impegno di rilancio del turismo italiano.

Grazie dell'attenzione.